

PlanT利用者交流会ミニセミナー

事業を10倍にする ビジネスコラボのポイント

2026/01/23

ビジネスモデル戦略家 山下 まんぼう

事業を10倍にすると聞くと・・・

❓ どうやって顧客を増やせばいいの？

😞 そもそも10倍も働けない😞

と思う人が多いのかもしれない。

今日は、10倍働くのではなく、
自分の苦手な作業を減らして、
得意な仕事に集中する方法を考えてみましょう！



ビジネス成長の7つのフェーズ

🔍[フェーズ1] 市場・課題探索

🛠️[フェーズ3] 商品・サービス開発

📄[フェーズ5] 販売・契約

∞[フェーズ7] 継続・拡張・関係深化

💡[フェーズ2] 価値設計・ビジネスモデル

📢[フェーズ4] 集客・認知獲得

👤[フェーズ6] 提供・納品・サポート

フェーズ1：市場・課題探索

Phase 1

【目的】 誰の・どんな困りごとを解決するかを決める

- ✓ 市場調査・トレンド把握
- ✓ ターゲット顧客の設定
- ✓ 顧客課題・不満・欲求の発見
- ✓ 競合・代替手段の把握

🔍 ここがズレると、後工程がどれだけ頑張っても売れません
(=商流の土台)



フェーズ2：価値設計・ビジネスモデル設計

Phase 2

【目的】 どうやって価値をお金に変えるかを決める

- ✓ 提供価値（ベネフィット）の定義
- ✓ 商品・サービスのコンセプト設計
- ✓ 価格帯・収益構造の設計
- ✓ 商流構造（直販・代理店・プラットフォーム）

🔑 いわゆる「誰に・何を・いくらで・
どうやって」を決める工程

BUSINESS MODEL CANVAS - ZARA

The MBA

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| <div>● KEY PARTNERS</div> <div>8</div> | <div>● KEY ACTIVITIES</div> <div>Design Manufacturing Retail process (point of sale & 3rd party management) Distribution channels and logistics</div> <div>● KEY RESOURCES</div> <div>Stock Large network of stores Strong brand Logistics and supply chain infrastructure</div> | <div>● VALUE PROPOSITIONS</div> <div>Fashionable clothes Accessories Great eCommerce experience Flagship store experience Fast-fashion</div> | <div>● CUSTOMER RELATIONSHIPS</div> <div>Salesperson at store Brand through social media Sentimental attachment to clothing/accessories</div> <div>● CHANNELS</div> <div>Direct store Online Social media</div> | <div>● CUSTOMER SEGMENTS</div> <div>Men Women Children</div> <div>1</div> |
| <div>● COST</div> <div>9</div> | | | <div>● REVENUE STREAMS</div> <div>Sales of clothing and accessories</div> <div>5</div> | |

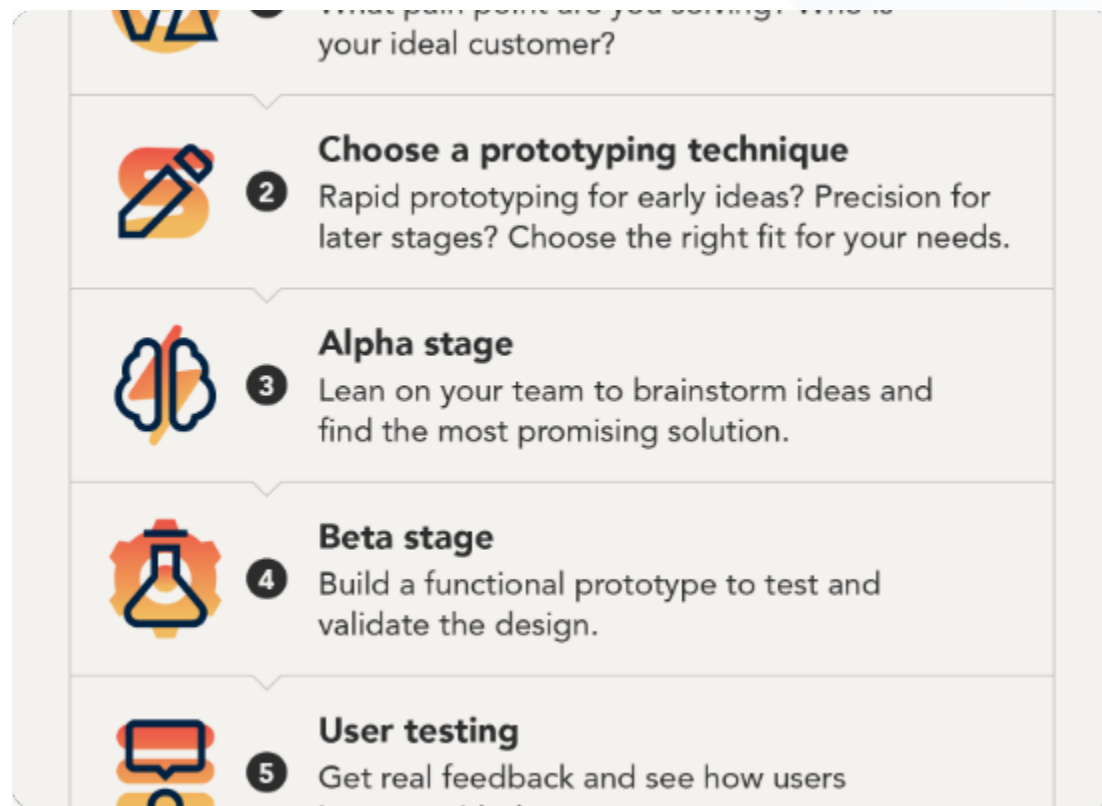
フェーズ3：商品・サービス開発

Phase 3

【目的】 価値を“形”にする

- ✓ 商品開発・サービス設計
- ✓ 試作・検証・テスト提供
- ✓ 提供フロー・オペレーション設計
- ✓ 品質・再現性の確保

☞ 無形サービスでも
「提供手順」「体験設計」はここに含まれます



フェーズ4：集客・認知獲得

Phase 4

【目的】 見込み客と出会う

- ✓ ブランディング
- ✓ 広告・SNS・SEO・PR
- ✓ 紹介・口コミ導線
- ✓ リード獲得（問い合わせ・登録）

🔍 「お金を払う前の人」を集める工程



フェーズ5：販売・契約

Phase 5

【目的】 価値とお金を交換する

- ✓ セールス設計（導線・トーク・資料）
- ✓ クロージング
- ✓ 契約・決済
- ✓ 受注管理

☛ 個人事業・小規模ビジネスでは
ここだけに力を入れすぎて失敗しがち



フェーズ6：提供・納品・サポート

Phase 6

【目的】 約束した価値をきちんと届ける

- ✓ 商品納品・サービス提供
- ✓ 顧客対応・サポート
- ✓ クレーム対応
- ✓ 利用定着の支援

☞ 満足度・信頼・リピートに直結する重要工程



フェーズ7：継続・拡張・関係深化

Phase 7

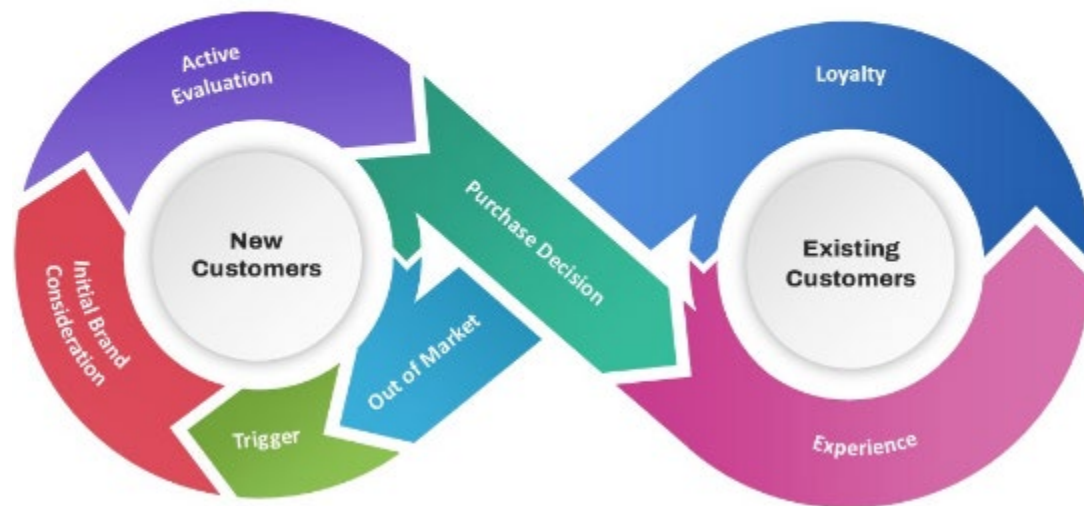
【目的】 一度きりで終わらせない

- ✓ リピート・アップセル
- ✓ 継続契約・サブスク化
- ✓ ファン化・コミュニティ化
- ✓ 紹介・口コミ創出

☞ 「次のフェーズ①へつながる出口」でもあります

Customer LifeCycle Stages

The customer lifecycle represents the journey a consumer takes from discovering a brand to becoming a loyal, repeat customer. Understanding these stages helps businesses create targeted strategies for engaging and nurturing customers at each phase.



ミニワーク

3人グループになって、自分がどのフェーズの仕事が得意なのかをシェアしましょう

【目的】 相乗効果を生むビジネスチームを作るコツをつかむ

- ✎ 得意分野は何か？
- ✎ 苦手な分野は何か？
- ✎ 自社事業のボトルネックは何か？
- ✎ 拡大するためには
どのフェーズの人と組めばよいか？

「1～7の各フェーズ」を考えることで
ビジネスの流れがスムーズになる



まんぼうによる ”LIVEコンサル”

会場での公開コンサルテーション

まとめ

今日のPlanT利用者交流会をきっかけに、
相乗効果を生むコラボ相手
を見つけましょう！

☞ もちろん、まんぼうとのコラボ也大歓迎です！！



今日は、ご清聴
ありがとうございました